

Messestand mieten oder kaufen?

# Messen und Events als kluge Investitionen planen und nutzen

Öffentlichkeit ist für Unternehmen wichtig. Ein gut gelebter und erlebter Auftritt stärkt die Marktposition. Viele haben dies bereits erkannt – die steigenden Investitionen für Messen und Ausstellungen sprechen für sich. Ihr Gewicht im Kommunikationsmix der Unternehmen wächst.

## 1,1 Mrd. Franken

Der Messtrend-Bericht der AUMA schätzt den Anteil des Messebudgets am gesamten Kommunikationsetat der

Unternehmen auf knapp 40 Prozent, allein in Deutschland etwa 6,5 Mrd. Euro. In der Schweiz investieren laut BAK Basel Economics hiesige Messeaussteller 1,1 Mrd. Franken pro Jahr in ihre Auftritte. Eine von der AUMA durchgeführte Befragung ergab, dass etwa 36 Prozent aller befragten Unternehmen einen verstärkten Einsatz von Messen und Events in den nächsten zwei Jahren (2006/2007) planen. Tatsächlich zählen Events und Messen zu den teuersten Kommunikationsmassnahmen überhaupt – werden die Investitionen in die Wirkung pro Stunde umgerechnet. Auftritte an Events

Events und Messen gewinnen an Bedeutung für den Erfolg. Die Investitionen steigen, und mit ihnen die Anforderungen an die Stände. Doch das Budget ist begrenzt. Bei Mietständen sind für jeden Auftritt neue Ausgaben fällig. Gekaufte Systeme der neuesten Generation erleichtern die Planung und schaffen optimale Ergebnisse bei vernünftigen Kosten.

*Heinz Stöckler*

und Messen sind ausserdem mit einem hohen Risiko behaftet: Alles passiert live – was schief geht, ist öffentlich.

## Vorzeige-Events

Die überaus erfolgreiche Fussball-WM 2006 vermittelte dem Wachstumsmarkt Events noch einmal einen zusätzlichen Schub. Rund 1,38 Mrd. Euro wurden allein in neue Stadien investiert. 3,2 Mio. Besucherinnen und Besucher waren unterwegs. Public Viewing verwandelte zahllose Standorte in lebhaftes Volksfest-

Das SwissModul-4000 im Einsatz in Japan.



## Erfinderpreis

Beim SwissModul-4000 von Pro-Tent handelt es sich um ein kompaktes und modulares System, das die Umsetzung individueller Standlösungen im Indoor- und Outdoor-Bereich ermöglicht. Das Modul steht in jeder Situation stabil, ist wind- und wetterfest. Die Swiss-made-Qualität, Handhabung und Design des SwissModul-4000 wurden an der internationalen Erfindermesse in Genf von einer 72-köpfigen Fachjury mit der Goldmedaille ausgezeichnet. Dank der patentierten Aufstellhalbautomatik ist es in Rekordzeit und ohne Werkzeuge aufgebaut.

Arenen und bot dem Gastgeberland Deutschland weltweit eine Plattform, an der Emotionen erlebt und weitergegeben wurden.

Eben darum geht es auch bei den Auftritten von Unternehmen: Positive Wirkungen zu erzielen und zu überzeugen. Hauptfaktor ist der genutzte Stand. Was eine Nation oder eine Stadt mit einem Event bewirken kann, gilt auch für Firmen und Vereine – grosse wie kleine. Doch während die deutschen Austragungsorte der WM oder der Bund, die Stadt Zürich und Zürich Tourismus Millionen für die bevorstehende «Euro 08» ausgeben, stehen einem Verein oder einem KMU oft nur Budgets von wenigen tausend Franken zur Verfügung. Die wollen richtig investiert sein. Ist das der Fall, kann eine ähnlich positive Wirkung wie bei der WM erwartet werden – einfach im verkleinerten Massstab.

### Kostenfrage Einmaligkeit

Individuelle Anfertigungen haben viele Vorteile. Konzepte lassen sich exakt und wunschgemäss umsetzen. Der Stand kann optimal an das Kommunikationskonzept des Unternehmens angepasst werden. Grosse Vorteile mit hohen Kosten: Individuell gebaute Stände haben zwar einen hohen Wirkungsgrad, was die erzielte Aufmerksamkeit betrifft, erreichen jedoch auch schnell einen fünfstelligen Quadratmeterpreis. Bei einer Standfläche von 30 Quadratmetern wären damit in jedem Fall mehr als 300 000 Franken zu zahlen. Für die meisten KMU liegt das ausserhalb der finanziellen Reichweite. Andere Lösungen sind gefragt, schliesslich muss innerhalb weniger Stunden an Ort ein firmentypisches Ambiente geschaffen werden.

Da aber gerade KMU oft weder über das Geld noch die Zeit verfügen, um ihren Auftritt bis ins letzte Detail selbst herzustellen, benötigen sie professionelle Unterstützung im Sinne vorgefertigter Systeme. Diese sollten jedoch hochwertig und an das Erscheinungsbild anzupassen sein, denn sonst bleibt die Individualität auf der Strecke, und der Imageeffekt ist eher negativ.

### Standardsysteme

Messebauer und -gesellschaften haben – zumindest auf die Kostenfrage der Unternehmen – eine Antwort parat. Sie bieten Stände an, die für den Messeauftritt gemietet werden können. Dabei handelt es sich meist um Standardsysteme, die immer wieder vermietet werden. Die Vorteile sind: Lagerung, Transport sowie Auf- und Abbau liegen in anderen Händen, und per Vertrag kann man zu Messebeginn einen bezugsfertigen Stand erwarten. Ausserdem hat man als Kunde im Vorfeld die Möglichkeit, das optische Design des Grundmoduls individuell zu gestalten. Durch bedruckte Wandelemente und Displays etwa kann der Stand an das Auftrittskonzept angepasst werden. Aus anderer Perspektive bedeutet dies: Das Konzept entsprechend der Standmöglichkeiten zu reduzieren. Dabei ist klar, dass Mietssysteme von Unternehmen die geringstmöglichen Investitionen für einen einmaligen Messeauftritt erfordern.

### Wenig Flexibilität

Auch bei sich stark und häufig wechselnden Konzepten und damit veränderten Anforderungen ist man mit der wiederholten Anmietung eines Standes auf der sicheren Seite. Ein Mietstand ist mit vergleichsweise wenig organisatorischem Aufwand für die Unternehmen verbunden. In der Regel sind im Mietpreis alle nötigen Kosten – inklusive des Beleuchtungssystems, bedruckter Wandelemente sowie Transport- und Standbaukosten – eingeschlossen. Es ist jedoch eine böse Überraschung, wenn man an Ort merkt, wie sich das Mietobjekt mit dem Produkt oder eigenem Corporate Design verträgt. Ungenaue Briefings und mangelnde Absprachen sind einer der Gründe hierfür und werden von zahlreichen Marketing- und Messebauexperten als ein Haupt Stolperstein für einen erfolgreichen Messeauftritt gesehen. Beleuchtung ändern und Zwischenwände wechseln in letzter Minute? Nicht immer möglich und sicherlich nicht ganz billig. Bei einem eigenen Stand weiss man hingegen, was man hat und worauf man sich verlassen kann.

### Fallbeispiel

#### Kauf versus Miete

Das System eines Schweizer Messebauers kostet zur Miete im Durchschnitt etwas mehr als CHF 20 000.–. Mit diesem Budget ist ein Stand anmietbar, der etwa 30 Quadratmeter gross ist und bezugsfertig übergeben wird. Geht man von drei Einsätzen aus, sind hierfür – unter der Voraussetzung eines gegebenen Rabatts von etwa 15 Prozent – rund CHF 50 000.– zu budgetieren. Wie viel müsste man in einen vergleichbaren gekauften Stand investieren? Zum Beispiel etwa CHF 35 000.– für ein SwissModul-4000 von Pro-Tent. Addiert man pro Auftritt etwa CHF 5 000.– für den Transport sowie professionellen Auf- und Abbau, hat sich die Investition nach nur drei Auftritten amortisiert. Und von den Vorteilen profitiert man von Anfang an.



▲ Systemlösung auf Modul-Basis.

Durch die Modularität des ►  
SwissModul-4000 sind  
dem Standbau so gut wie  
keine Grenzen gesetzt.




## Auftritt mit System

Der Kauf eines Systems bietet sich für Unternehmen an, die den genannten Problemen aus dem Weg gehen und sparen wollen. Wer auf mehr als nur einer Messe ausstellt und kontinuierliche Auftritte ins Auge fasst, der ist mit einem gekauften System gut beraten. Natürlich müssen entgegen einem Mietstand einige Anforderungen mehr erfüllt sein, damit sich die Anschaffung in jeder Hinsicht lohnt. Ein möglichst einfaches Handling steht im Vordergrund und wird als wichtigster Aspekt von zahlreichen KMU bestätigt. Dazu gehören nicht nur ein einfacher Transport, sondern auch möglichst geringe Abmessungen, die in Zwischenzeiten eine Platz sparende und damit günstige Lagerung ermöglichen. Beim Einsatz selbst muss der Auf- und Abbau ohne grosses Fachwissen und schnell durchführbar sein.

Letztlich stellen sich konzeptionelle Anforderungen an den Stand, der flexibel genug sein muss, ihnen zu begegnen. Denn der Auftritt bleibt nicht gleich, sondern ist Neuerungen, wie wechselnden Produkten oder Auftrittskonzepten, unterworfen. Aber veränderliche Individualität und Systembauweise schliessen sich nicht grundsätzlich aus. Intelligent konzipierte Systemlösungen bieten technische Möglichkeiten, einen vermeint-

lichen Standard zu verbergen und das Corporate Design erfolgreich umzusetzen. Variabilität und Modularität der genutzten Systeme sind entscheidend. Sind sie gegeben und mehrere Auftritte geplant, amortisiert sich ein Kauf schneller, als man denkt. Intelligenter Systembau macht's möglich, wie ein kurzer Kostenvergleich zeigt. Als Basis dient ein etwa 30 Quadratmeter grosser und vollständig ausgestatteter Systemstand.

## Fazit

Die Erschliessung immer neuer Präsentationsorte im In- und Outdoor-Bereich lassen sowohl die Anforderungen als auch die Kosten steigen. Daher schliessen sich in der Regel für kleine und mittlere Unternehmen teure individuelle Standanfertigungen aus, die vielleicht nur für einen einzigen Auftritt optimal angepasst sind. Systembauweise bietet sich an und muss der Individualität keinesfalls im Weg stehen. Wer die Dramaturgie und Inszenierung seines Auftritts selbst in der Hand haben möchte, macht dies am besten mit einem eigenen Stand. Eine lohnende Sache, die Erfolg verspricht und letzten Endes das Budget schont: Man geht Abstimmungsproblemen aus dem Weg, vermeidet gemietete Einheitsoptik und spart letzten Endes noch dabei. 

## Porträt

Heinz Stöckler ist Geschäftsinhaber der Pro-Tent AG. Er lancierte vor 17 Jahren ein weltweit neues Falzelt in leichtgewichtigem Aluminium mit diversen Zubehörteilen. Die Entwicklung weiter vorantreibend, hat er vor einigen Jahren die Outdoor-Erfahrungen mit Indoor-Anforderungen verknüpft. Seine langjährige Erfahrung mit den Bedürfnissen völlig unterschiedlicher Kundengruppen – Grosskonzern, Grossbank, Sportstar, Verein, KMU – fliesst in die Weiterentwicklung. Auch in der Produktion geht Heinz Stöckler besondere Wege: Die komplette Endmontage der Systeme findet in einer Stiftung für Behinderte statt. So bringt Pro-Tent mittels eines durchdachten und sozial wertvollen Produktionsablaufs ein Spitzenprodukt made in Switzerland auf den Markt.

## Kontakt

### Heinz Stöckler

Inhaber



Pro-Tent AG  
Neuhofstrasse 10  
8630 Rüti  
Tel. 055 260 28 12  
info@pro-tent.ch  
www.pro-tent.ch